

MARKETING - MANAGEMENT

KK
B 69/01
Sat
a

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR
PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN
PT. CONTI FORMA, SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

BAGUS SATRYO

No. Pokok : 049510737/E

KEPADA

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2001

Surabaya, 23 JANUARI 2001

Skripsi Telah di Setujui dan Siap Untuk di Uji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by the initials "L-ut".

Dra. Ec. Dwi Utami S., MS.

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR
PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN
PT. CONTI FORMA, SURABAYA**

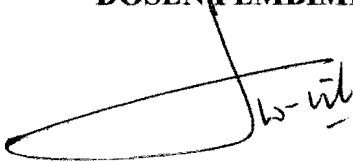
DIAJUKAN OLEH :

BAGUS SATRYO

No. Pokok : 049510737/E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

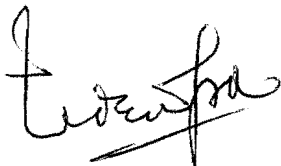
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. DWI UTAMI S., MS.

TANGGAL 1 JUNI 2001

KETUA JURUSAN



Dra. Ec. Hj. SOEDEWI SOEDOROWERDI, MS.

TANGGAL 5/6 - 01.....

Abstraksi

Perekonomian Indonesia yang mulai membaik saat ini memberikan banyak peluang dan kesempatan untuk dapat berkembang dan memperbaiki kondisi perusahaan yang sedikit mengalami guncangan sebagai akibat dari krisis moneter yang berkepanjangan. Kenaikan harga bahan baku yang tak terkendali sebagai akibat dari krisis moneter yang melambungkan nilai dollar atas rupiah menyebabkan tingginya nilai produksi yang berpengaruh langsung pada tingginya harga jual produksi, menyebabkan merosotnya aktifitas produksi dan memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan.

PT. Conti forma sebagai produsen kertas komputer (*continous form*) menghadapi berbagai kendala dalam strategi pemasaran dan menghadapi pesaing yang semakin berat. Dengan analisis SWOT dapat dirumuskan strategi yang tepat dalam strategi pemasaran dan menghadapi kondisi persaingan yang semakin berat.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada sel 2, dimana perusahaan menghadapi banyak ancaman yaitu tingkat persaingan dan reaksi dari pesaing yang tinggi, perang harga / promosi, kekuatan menawar dari pelanggan dan supplier yang cukup kuat, serta perubahan keinginan dan ukuran konsumen yang besar, tetapi kekuatan yang dimiliki perusahaan akan mampu mengatasi ancaman yang ada. Posisi pada sel 2 perusahaan harus melakukan strategi Diversifikasi dengan memperluas lini produk dengan memperbaiki atau melakukan inovasi dalam kualitas, gaya (style) atau menciptakan produk lain yang masih memiliki hubungan dengan produk, pasar, serta teknologi inti perusahaan.